

4 PERVERTITI DA TENERE LONTANI DAI BAMBINI!

La pubblicità al servizio della *lobby* dei pedofili



Che la pubblicità sia zeppa di messaggi subliminali è un fatto ormai abbastanza noto. Questi messaggi subliminali, spesso repellenti, sono utilizzati per spingere le masse, per convincerle di qualcosa spesso di abietto, la cui divulgazione è ritenuta essenziale da parte dell'*élite* satanica dominante.

Oggi sono essenziali alcuni traguardi che il *Nuovo Ordine Mondiale* deve assolutamente raggiungere in tempi brevi:

- 1) diffusione e promozione dell'omosessualità, soprattutto femminile;
- 2) partecipazione sempre più diffusa e inspiegabile in pubblicità di neri africani: lo scopo è che gli Italiani si abituino all'effetto dell'invasione migratoria che ci hanno imposto; questo nel progetto dell'*élite* serve alla creazione di un popolo misto di schiavi consumatori, che hanno perduto la loro identità;

3) divulgazione subliminale di qualunque comportamento patologico o deprecabile, che poi viene invece condannato dall'informazione ufficiale, dunque nei telefilm scene di azioni abiette, cadaveri, putrefazioni, efferatezze ecc... insomma l'egemonia della morte;

4) eliminazione graduale ma definitiva di Gesù Cristo e della sua Chiesa, e sostituzione del primo con l'anticristo, e della seconda con un'*unica religione mondiale*, miscuglio di tutte le altre, diretta, in nome di satana, da un *gran sacerdote* come Bergoglio;

5) dominazione dell'umanità intera attraverso eventi apocalittici, dei quali la *pandemia* è il più inaudito e mostruoso, in vista dell'ultimazione del Regno dell'Anticristo, la cui nefandezza sarà tale, che, se la sua durata non fosse resa più breve per l'intercessione degli eletti, tutto il genere umano sarebbe estinto. Scrive San Matteo:

«Perché allora ci sarà una grande tribolazione, quale non ci fu dall'inizio del mondo, né mai ci sarà ancora. E se quei giorni non fossero accorciati, non rimarrebbe uomo vivo sulla terra, ma grazie agli eletti quei giorni saranno accorciati.» (Mt 24,21-22)

6) Concentrazione economica globale, per far sì che Stati e cittadini gradualmente non sentano più di essere padroni di alcunché, ma di dipendere interamente da un mega-centro di potere globalizzato, che decide la politica economica globale, e totalmente le loro vite.

7) Uno stato di cambiamento continuo, in modo tale che nessuno possa più metter radici su quanto *si pensa* o *si fa*; in tal modo l'umanità verrebbe come privata di una storia, di una tradizione, e dovrà vivere in uno sbandamento continuo, che viene invece propagandato come evoluzione e progresso.

Dr. Alessandro Guzzi

SCRITTI MISTICI

©copyright 2021 dr alessandro guzzi - gennaio 2021



Nel panorama descritto, la pedofilia, ufficialmente deprecata e condannata senza se e senza ma, riappare ossessivamente, camuffata in vari spot pubblicitari, che hanno scopi molto diversi: ovvero diffusione e compiacimento di una perversione.

Dei tanti che ho visionato in quest'ultimo mese, ho scelto la "saga" di Findus, che con due prodotti: i "Bastoncini", e il "Minestrone Tradizione" mette in scena situazioni che, ambigualmente, rimandano alla pedofilia; Vileda, che per pubblicizzare, una specie di scopettone, "Vileda Turbo Smart", ha realizzato uno spot con contenuti subliminali nefasti; e infine Kinder, che per pubblicizzare una barretta di cioccolato, trasmette uno spot dai contenuti occulti, più deprecabili degli altri.

Negli spot Findus osserviamo due personaggi equivalenti: "Capitan Findus" e "L'agronomo Findus". Ambedue questi barbuti ed attempati "uomini di esperienza", si circondano di un certo numero di bambini, che genitori scellerati lasciano soli in loro compagnia. Il "Capitano", ha preso con sé dei bambini sul suo barcone in mare aperto, e li tiene sotto la sua totale influenza. Costui poi,

Dr. Alessandro Guzzi

SCRITTI MISTICI

©copyright 2021 dr alessandro guzzi - gennaio 2021

nel momento apice dello spot, si spoglia e fa un tuffo in mare insieme ad uno dei bambini, scena che ho sempre trovato nauseante.

"L'agronomo" invece, con un gruppo di bambini, ha preso la strada dei campi per scegliere insieme "i pisellini piccoli, teneri e dolci". Uno dei bambini, il più condizionato ed in pericolo, dice: "con l'agronomo Findus si impara tanto...". La mamma sorride come un'ebete, inconsapevole di quello che il bambino sta rischiando.

Nel caso di Vileda invece, abbiamo un padre che non trova niente di meglio da fare, all'arrivo a casa, di avanzare strusciandosi per terra come un verme, per giocare con la figlia "a fare il coccodrillo", cioè a fingere l'aggressione violenta di un mostro contro una bambina.

Tutti gli spot che usano bambini insieme ad adulti sono disgustosi e spesso criminosi. Si oltrepassa la decenza, ma questo sistema di mondo, "tanto attento ai diritti delle minoranze", travia e corrompe senza ostacoli le masse! Di questa scienza segreta Bergoglio è maestro.



Occupiamoci infine del bambino-drago dello spot di "Kinder cioccolato". Un bambino all'inizio dello spot, appare in scena travestito da drago, ed è come in preda ad un delirio: si muove urlando come se fosse davvero un animale feroce, o meglio un'anima posseduta. I suoi parenti in fondo alle scale (il bimbo è sopraelevato rispetto a loro) sembrano non curarsi di lui (o non capire cosa stia succedendo al bambino). La scena si sposta in una piscina. Il bambino esce travestito da drago dalla porta di una cabina,

Dr. Alessandro Guzzi

SCRITTI MISTICI

©copyright 2021 dr alessandro guzzi - gennaio 2021

ma da quella attigua esce un personaggio giovane dall'apparenza volutamente squallida, flaccida, melensa, che alla vista del bambino-drago oppone un rifiuto che rattrista il bambino. Poi la scena si sposta ancora, questa volta nella stanza del bimbo, sempre travestito, ma a questo punto lo squallido personaggio accetta il gioco del bambino, e gli dona una barretta di cioccolato. Per premio inoltre costui prende il bambino sulle spalle, e se lo porta in un museo in cui sono esposti animali mostruosi estinti.

La voce femminile fuori campo dice: "a volte bisogna dire di no, e quando si dice sì, per loro (i bambini) significa tanto ...*kinder cioccolato* è fatto su misura per i bambini, perfetto *per dire di sì ad un momento dal gusto unico.*"

La mia spiegazione di questa cosa orribile è che il bambino è già trasformato in un qualcosa di alieno (drago) a causa della frequentazione del perverso, il quale sa come giocarlo, non accontentandolo sempre con dei regali, ma solo talvolta. Quando gli dice di sì, porta il bambino in un museo degli orrori, quali sono le *esperienze* che gli impone di fare.

Il video in pratica è una specie di didattica su come, uno spregevole pedofilo, debba trattare la sua vittima, conquistandola con un modo di fare calcolato, anche duro talvolta, ma sorridente ed accogliente altre. Qualche barretta di cioccolato (giusto a misura di bambino) e il gioco è fatto.



Dr. Alessandro Guzzi

SCRITTI MISTICI

©copyright 2021 dr alessandro guzzi - gennaio 2021



Dr. Alessandro Guzzi

SCRITTI MISTICI

©copyright 2021 dr alessandro guzzi - gennaio 2021



Dr. Alessandro Guzzi

SCRITTI MISTICI

©copyright 2021 dr alessandro guzzi - gennaio 2021

